L’innovation durable par les usages, source de création de valeur pour l’entreprise ?
Mode d’emploi

22 mars 2012
46ème pétit-déjeuner
Cycle Innovation et Connaissance

Jonas HOFFMANN
Professeur de Marketing
SKEMA Business School

skema BUSINESS SCHOOL
EFMD EQUIS ACCREDITED

Agenda

- Définitions
  - Durable
  - Innovation
  - Usages
- Innovation par les Usages
  - Méthodes et Outils
  - Ecoute client
  - CAUTIC®
- Innovation Durable par les Usages

Innovation Durable par les Usages

Innovation

Usages

Durable

Durable

- Durable → Environnement → Découplage de la consommation de ressources et de la production de richesses (vers facteur 4 – X)
  - Eco-efficience (ACV)
  - Circularité des flux (3R – Reduce-Reuse-Recycle)
  - Economie de la fonctionnalité
    - Utilisation
    - Résultats (découplage CA – volume)

Eco-efficience

skema BUSINESS SCHOOL

N UP & GET FREE SHIPPING SUBSCRIBE

WOMEN KIDS & BABY BLOG

Levi's®

MY ACCOUNT STORE LOCATOR TRACK ORDER

KEY WORD OR NUMBER SEARCH

SHOPPING BAG: 0 ITEM $0.00

® WATER<LESS™
Water<Less™ Video
How We Did It Video
r Saving Tips
ycle of Levi's® Jeans
in the Life of Drip

TAG FOR THE PLANET
n More

SUSTAINABILITY
n More

WATER<LESS™

JEANS THAT SAVE WATER

Levi's® Water<Less™ finishing reduces the use of water in the making of Levi's® jeans. Water<Less™ jeans have saved 172 Million liters of water. **Help us save more.**

SHOP NOW

IT FEELS GOOD TO BE GETTING BETTER.

This Spring, we revolutionized our manufacturing process and introduced Water<Less™ jeans. This allows us to use an average of 28% less and as much as 96% less water for some products in the line. And we did it while maintaining the same stylish look and feel that you love from the Levi's® brand. We're not gloating, we're proud. It feels good to do the right thing.

Why Water<Less?

WE'RE JUST ONE PART OF A BIG SOLUTION.

As proud as we are of our progress, we know it's only one small step in the global water crisis - and we know that even more water is used once our jeans leave the stores and are in your hands. What the Levi's® brand can do alone is nothing compared to what we can all do together. So we're asking you to join us in using water wisely and changing how you care for your jeans: wash in cold water and only when necessary. If we all washed our Water<Less™ jeans once a week instead of twice a week, together we could save 858,400,000 liters of water.

See How We Did It

Eco-efficience

Sustainability

- Management and Instruments
- Strategy and Values
- Quantifying Sustainability
  - Eco-Efficiency Analysis
  - FAQ
- SEEBALANCE®
  - AgBalance
  - News
  - Projects
  - Product Carbon Footprint
  - Eco-Efficiency Label
  - Communication
  - Eco-Efficiency around the World
  - Contact
- Economy
- Environment
- Society
- Stakeholder Dialogue
- Employees
- Global Compact
- Press Releases

What is the SEEBALANCE®?

Development of the SEEBALANCE®

SEEBALANCE® refers to the SocioEcoEfficiency Analysis developed by BASF. The analysis considers the three dimensions of sustainability: economy, environment and society. The SEEBALANCE® is an innovative tool which allows, for the first time, the assessment not only of environmental impact and costs but also of the societal impacts of products and processes. The aim is to quantify performance of all three pillars of sustainability with one integrated tool in order to direct - and measure - sustainable development in companies.

SEEBALANCE® could be used as socio-economic analysis for REACh authorization. For this purpose the method could be extended with further indicators, such as macro-economic values.

News

Municipal works in Bonn are modernizing trams with BASF's specialty foam
Mar. 19, 2012
» Read more...

» more press releases

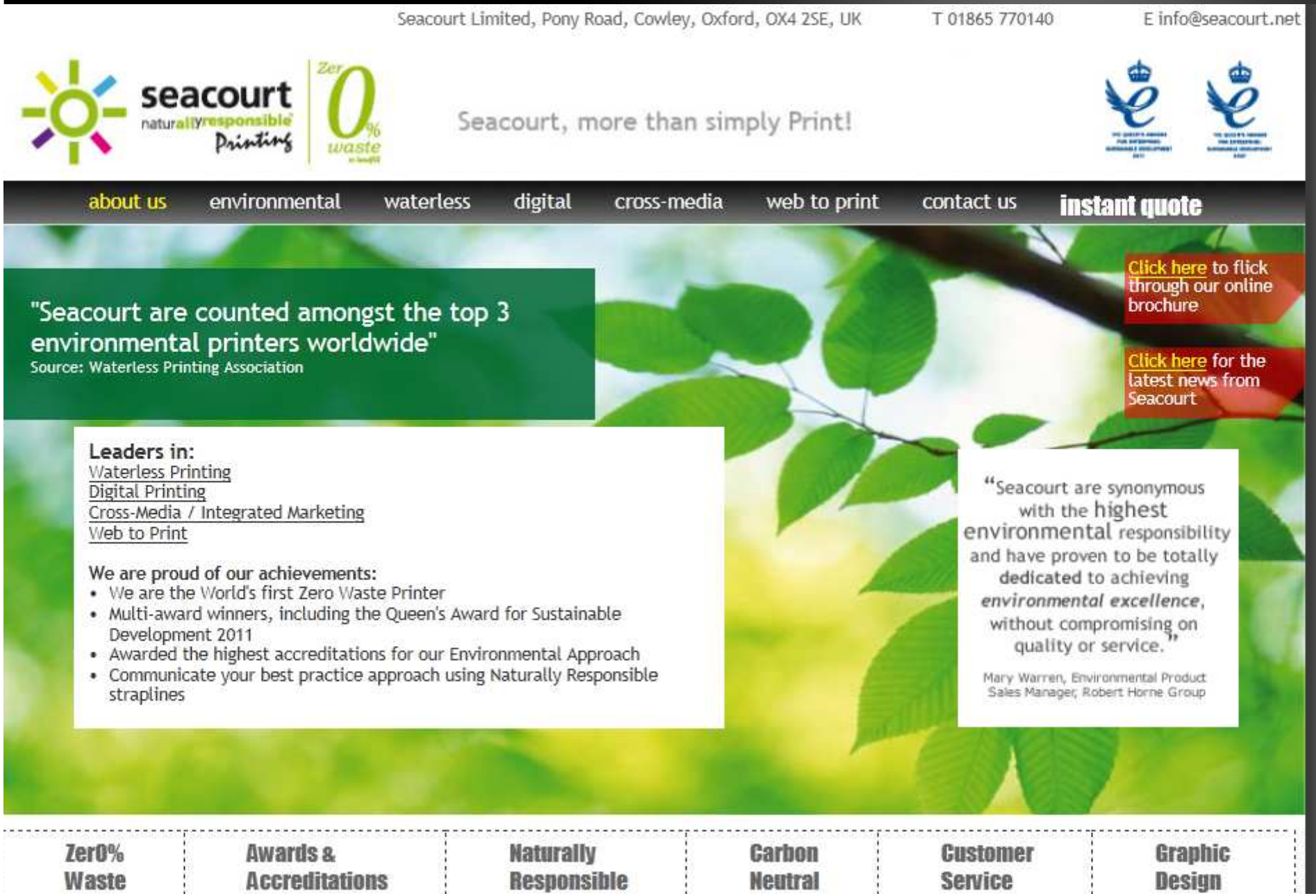
Newsletter & Films

- » Latest Newsletter
- » Registration
- » Newsletter Archive
- » Video Sustainability

Further information

- » Publications
- » Presentations
- » Prizes and awards
- » Index

Circularité


Seacourt Limited, Pony Road, Cowley, Oxford, OX4 2SE, UK
T 01865 770140
E info@seacourt.net
seacourt
naturallyresponsible Printing
Zer0% waste
Seacourt, more than simply Print!
about us
environmental
waterless
digital
cross-media
web to print
contact us
instant quote
"Seacourt are counted amongst the top 3 environmental printers worldwide"
Source: Waterless Printing Association
Click here to flick through our online brochure
Click here for the latest news from Seacourt
Leaders in:
Waterless Printing
Digital Printing
Cross-Media / Integrated Marketing
Web to Print
We are proud of our achievements:
• We are the World's first Zero Waste Printer
• Multi-award winners, including the Queen's Award for Sustainable Development 2011
• Awarded the highest accreditations for our Environmental Approach
• Communicate your best practice approach using Naturally Responsible straplines
"Seacourt are synonymous with the highest environmental responsibility and have proven to be totally dedicated to achieving environmental excellence, without compromising on quality or service."
Mary Warren, Environmental Product Sales Manager, Robert Horne Group
Zer0% Waste
Awards & Accreditations
Naturally Responsible
Carbon Neutral
Customer Service
Graphic Design

Economie de la fonctionnalité

MÉTROPOLE NICE CÔTE AZUR

ma voiture électrique en libre-service

autobleue

accueil | tout savoir | comment ça marche ? | les tarifs | les stations | les voitures | FAQ

NICE CÔTE D'AZUR lance AUTO BLEUE

votre nouveau service d'auto-partage

120 VOITURES ÉLECTRIQUES EN LIBRE SERVICE

Auto Bleue vous propose de louer simplement une voiture électrique, 7J/7 et 24H/24, pour vos déplacements de quelques heures à une journée.
Votre Auto Bleue vous attend près de chez vous, dans l'une des 40 stations, sur simple réservation sur internet, en agence ou par téléphone.

Pour disposer d'une voiture dès que vous en avez besoin, inscrivez-vous dès aujourd'hui à AUTO BLEUE!

Inscrivez-vous dès aujourd'hui à Auto Bleue !

Déjà inscrit ?
Adresse email
Code secret
Code secret oublié ?
INSCRIPTION
RÉSERVER une voitur
OÙ TROUVER mon Auto Bleue
RECHARGE ma voiture personnell

LES NEWS

Les bornes de cha
à Monaco

Economie de la fonctionnalité

ACCUEIL | QUI SOMMES-NOUS? | APPLICATIONS | PRODUITS ET SERVICES | DOCUMENTATION ET RESSOURCES | CONTACTS | ÉTUDES DE CAS

SAFECHEM be responsible

PRODUITS ET SERVICES

• DANS CETTE SECTION
Système SAFE-TAINER
Système SAFE-TAINER pour solvant neuf
Système SAFE-TAINER pour solvant usagé
Système SAFE-TAINER pour nettoyage à sec
Perchloroéthylène
Trichloroéthylène
Chlorure de méthylène
DOWCLENE
Services et assistance
Protection des équipements et contrôle du solvant
Coffrets d'analyse des solvants MAXICHECK
Stabilisants MAXISTAB

my.webservice

Système SAFE-TAINER

Utilisé avec des équipements de nettoyage ou de dégraissage conform
TAINER™ représente la meilleure technologie disponible. En Europe, p
pour la distribution des solvants en boucle fermée. Le système
SAFE-TAINER garantit une utilisation sûre et durable des solvants chlo
qui régissent ce secteur.

Le système en boucle fermée SAFE-TAINER bénéficie des services, de
spécialistes de SAFECHEM Europe GmbH, de Dow et de nos partenai

Le système SAFE-TAINER se compose des éléments suivants :

Deux conteneurs spéciaux distincts
Le système se compose d'un SAFE-TAINER pour le solvant neuf et d'u
solvant usagé. Chaque conteneur contient un fût standard. Le conteneu
contre les dégradations et les fuites. Un socle spécial facilite le transpo
fourche ou transpalette. Les deux conteneurs sont verrouillables.

Connecteur hermétique rapide anti-fuites
Des connecteurs hermétiques rapides anti-fuites empêchent toute fuite ou émission de vapeur lors du transfert du
nettoyage. Pendant le transfert du solvant usagé de la machine de nettoyage vers le conteneur SAFE-TAINER, un
hermétique et un connecteur de récupération des vapeurs empêchent toute émission.

Accessoires
Des accessoires de raccordement à tous les types de machines de nettoyage sont disponibles. Des tuyaux à solva

Innovation Durable par les Usages

Innovation

Usages

Durable

Innovation

- R&D → R – I – D (Le Masson, Weil & Hatchuel, 2001) - Innovation comme champ managériale à part entière nécessitant de méthodes et outils
- Innovation de l'offre vs innovation de processus vs innovation de business model
- Trois moments dans la démarche d'innovation

Innovation Durable par les Usages

Innovation

Usages

Durable

Les usages

Problématique de l'appropriation des objets techniques

- Premiers études dans les années 70 sur le Minitel; contexte techno-push

Principe: pour l'utilisateur, toute innovation arrive dans un contexte.

L'utilisateur :

- utilise déjà des **techniques** qui lui sont coutumières
- a des **pratiques** quotidiennes existantes
- a une **identité** privée et professionnelle
- est situé dans un **environnement** privé, professionnel et/ou industriel.

Les significations d’usage

C ’est sur ces 4 niveaux

techniques
pratiques
identité
environnement

que se construisent
les **significations d’usage** d’une innovation
pour l’utilisateur.

- **significations que l’utilisateur attribue dans son propre système de valeurs à l’innovation qui lui est proposée.**

Du point de vue de l'usage, 2 logiques de conception de l'innovation

techniques

Une technique idéalisée pour un usager idéal

Une technique ordinaire de la vie quotidienne

pratiques

Des pratiques nouvelles se substituent aux pratiques existantes

Les nouvelles pratiques se greffent sur les pratiques existantes

identité

L'innovation impose une identité à l'utilisateur

Avec l'innovation, l'utilisateur peut agir sur son identité

environnement

Une innovation révolutionnaire

L 'innovation accompagne les évolutions en cours

Imposition et révolution

L'ECHEC

Hybridation et négociation

LA REUSSITE

Innovation par les Usages

Comment fait-on?

Innovation par les Usages

Méthodes & Outils orienté usages

- Ecoute client
- Observation
- Analyse ergonomique
- Analyse de panels (réclamations, etc.)
- Créativité

- Développement de concept
- Scénarisation des Usages
- Test d'acceptabilité de concept – CAUTIC®

- Audit CAUTIC®
- Kano
- Trade-off
- Ergonomie
- Marketing

Explorer

Identifier

Elaborer

Evaluer

Valider

Développer

Innovation par les Usages

Méthodes & Outils orienté usages

- Ecoute client
- Observation
- Analyse ergonomique
- Analyse de panels (réclamations, etc.)
- Créativité

- Développement de concept
- Scénarisation des Usages
- Test d'acceptabilité de concept – CAUTIC®

- Audit CAUTIC®
- Kano
- Trade-off
- Ergonomie
- Marketing

Explorer

Identifier

Elaborer

Evaluer

Valider

Développer

Ecoute client

Au préalable:

- L’écoute client au sens « usages » est bien plus qu’un entretien client au sens ‘six sigma’ ou pour cocher une case dans les KPI !
- On ne vas pas chez le client pour demander son avis sur une offre ou une idée, on cherche à découvrir ses difficultés (au sens large: produit / service)
- Difficultés:
  - Observées
  - Exprimées
  - Sous-jacentes
  - Hypothèses de problématiques

Innovation par les Usages

Méthodes & Outils orienté usages

- Ecoute client
- Observation
- Analyse ergonomique
- Analyse de panels (réclamations, etc.)
- Créativité

- Développement de concept
- Scénarisation des Usages
- Test d'acceptabilité de concept – CAUTIC®

- Audit CAUTIC®
- Kano
- Trade-off
- Ergonomie
- Marketing

Explorer

Identifier

Elaborer

Evaluer

Valider

Développer

CAUTIC®

- La méthode CAUTIC vise à **augmenter les chances de réussite** d'une innovation sur le marché.

Elle explique pourquoi et comment les utilisateurs vont accepter ou pas, l'innovation dans leur vie quotidienne.

Elle analyse le comportement des individus confrontés à une innovation et au changement :

- en déterminant les **significations d'usage** attribuées par les utilisateurs à l'innovation qui leur est proposé.
- en positionnant les différents **profils d'identités** des utilisateurs à l'égard de l'innovation et du changement.

CAUTIC®

Les 4 niveaux Cautic®

1. L’assimilation du concept aux savoir-faire de l’utilisateur (5 critères)
2. L’intégration du concept dans les pratiques courantes de l’utilisateur (5 critères)
3. L’appropriation du concept à l’identité professionnelle ou privé de l’utilisateur (5 critères)
4. L’adaptation du concept à l’environnement professionnel ou social de l’utilisateur (5 critères)

Ex: solution pour hôpitaux

Les profils CAUTIC®

4 grands profils face à l'innovation et au changement

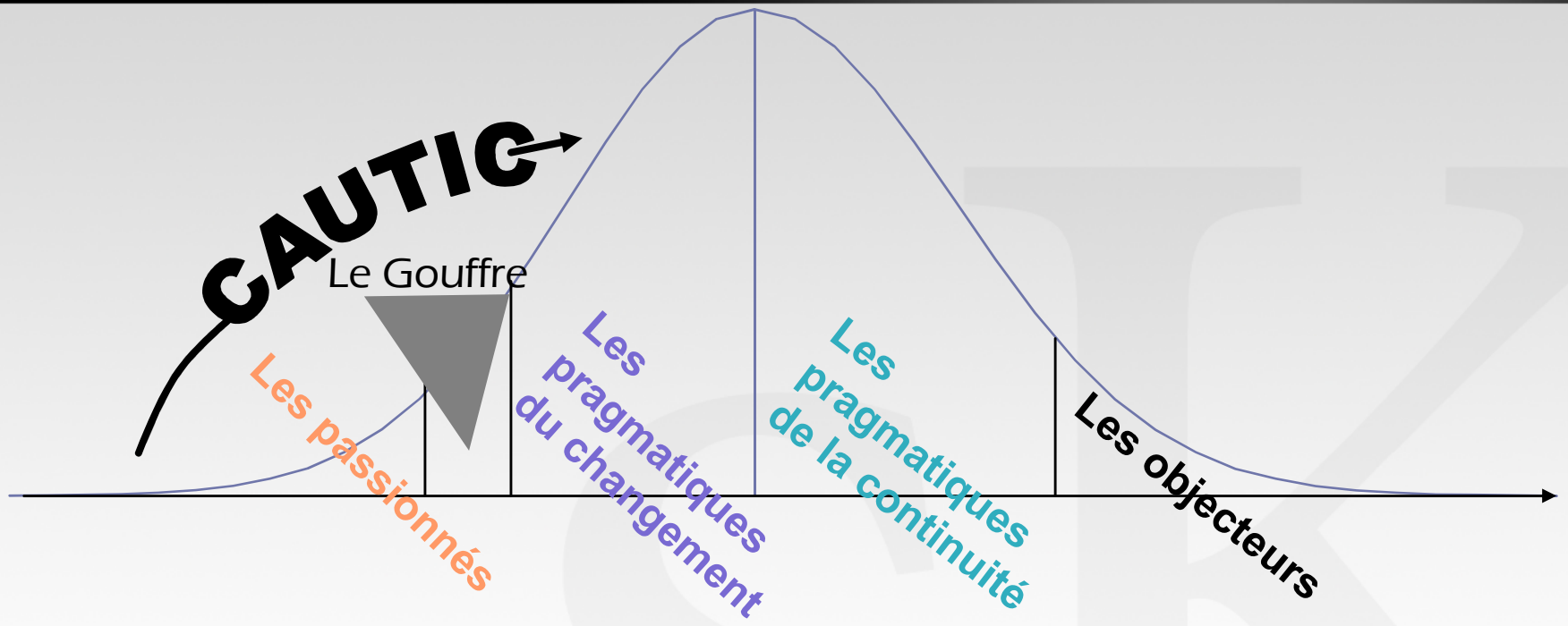
- **Les passionnés :** visionnaires, faiseurs de mode, prise de risque maximale, changement permanent, utopie.

- **Les pragmatiques du changement :** opportunisme, recherche d'efficacité maximale, ruptures acceptées, risques gérés, négociation.

- **Les pragmatiques de la continuité :** attentisme, souci d'efficacité, normalisateurs, utilité de gestionnaire, risques faibles acceptés.

- **Les objecteurs :** conformité et inertie, ancrage dans la tradition, peur du changement, refus du risque.

Une passerelle au dessus du gouffre



Si un produit ou in service ne convainc que les passionnés « gadgétivores » et « visionnaires », il y a de fortes chances pour que sa courbe de vie soit brève : il finira rapidement dans un gouffre où disparaissent 80 % des innovations, faute de trouver un sens pour la grande masse des utilisateurs : les pragmatiques.

Innovation Durable par les Usages

Cycle Innovation et Connaissance - Jonas Hoffmann –
22 mars 2012

Innovation Durable par les Usages

- Plus on va vers des logiques de découplage visant le facteur 4 ou plus, plus l'innovation doit se faire au niveau managériale, technologique et institutionnelle (lois, etc)

- Les propositions de valeurs deviennent, potentiellement, de plus en plus en rupture avec les pratiques et habitudes des individus, d'où la grande importance de la prise en compte des usages

Innovation Durable par les Usages

Durable	Degré de rupture de la proposition de valeur
Eco-efficience (ACV)	+
Circularité des flux (3R)	+
Economie de la fonctionnalité ❑ Usages ❑ Résultats	+ +

Plus la proposition de valeur apporte de la rupture, plus une approche usages est importante

Exemple – Green Kitchen

Whirlpool CORPORATION

Product Recall Information

Search... SEARCH

HOME Home | **ABOUT** Information about us | **LEADERSHIP** Our management team | **BRANDS** Portfolio of Products | **RESPONSIBILITY** Doing our part

HOME › ABOUT › GLOBAL CONSUMER DESIGN › GREEN KITCHEN

GLOBAL CONSUMER DESIGN

- OVERVIEW
- DESIGN ENABLERS
- USER EXPERIENCE

AWARDS

- FEATURED AWARDS
- COMPLETE LIST

GREEN KITCHEN

PRESS RELEASES

ABOUT

GREEN KITCHEN

SUSTAINABLE LIVING

Designed and developed in Europe, GREENKITCHEN is a Kitchen Eco-system concept. It supports a strategy to develop cutting edge products within technological reach that offer high energy-efficiency and reduce impact on the environment. Inspired by nature, GREENKITCHEN seeks out ways to adapt, reduce and recycle, using only what is needed for each task. It reduces waste that negatively impacts the environment, optimizing resources and imitating the cycles of nature.

INNOVATION

At the heart of GREENKITCHEN is a creative and intelligent combination of existing and future technologies. Its real innovation is the linking of products to become a truly integrated network, providing solutions which optimize energy and resources. It responds to the needs of today's consumers, helping them to achieve savings of up to 70 per cent on energy bills with the further benefit of increased durability and longevity of appliances.

The GREENKITCHEN concept demonstrates how design thinking can visually bring to life the compelling story of sustainable living. Framing state-of-the-art technology

Exercice – Green Kitchen

- Qu'est-ce que vous
  - Motiverait à l'adopter?
  - Pousserait à l'adopter?
  - Freinerait à l'adopter?

L'ENTREPRISE

CARRIERES

PRESSE ET ACTUALITE

DEVELOPPEMENT DURABLE
- Innovation
- Environnement
- GreenKitchen
- Centres de production
- Habitat for Humanity

GREENKITCHEN™ 2.0

Copenhague 2008 : Whirlpool présentait GreenKitchen™ 2.0, sa vision de la cuisine écologique de demain que l'entreprise s'engageait à commercialiser d'ici 2012. Deux ans plus tard, à mi-parcours, l'entreprise choisit de présenter une version plus aboutie, **GREENKITCHEN™ 2.0**, où l'on retrouve déjà certaines solutions inspirées de l'écosystème, permettant d'adapter, de réduire et de recycler les énergies pour économiser jusqu'à 70% d'énergie environ par rapport à nos cuisines actuelles.

Si de prime abord, GREENKITCHEN™ 2.0 peut ressembler à une cuisine classique, la différence majeure avec celle-ci réside dans les interactions qui existent entre les différents appareils. En connectant plusieurs appareils entre eux, GREENKITCHEN™ 2.0 optimise l'utilisation de la chaleur et de l'eau.
Chaque ménage gaspille quotidiennement une quantité importante d'eau. Des litres d'eau propre disparaissent ainsi dans l'évier au travers de gestes simples tels que boire, nettoyer, rincer. Avec GREENKITCHEN™ 2.0, l'eau propre est recueillie, soumise à un traitement antibactérien et stockée dans un réservoir externe sous l'évier. Cette eau est alors utilisée pour alimenter le lave-vaisselle, économisant ainsi plus de 7 litres d'eau par cycle. Recyclée et purifiée, l'eau reste à disposition dans le réservoir et peut également servir à arroser les plantes ou laver le sol. Il est même prévu qu'à terme ce réservoir sera connecté au compresseur du réfrigérateur ; celui-ci réchauffera l'eau en usage dans le lave-vaisselle, conduisant ainsi à une économie supplémentaire de 20% d'électricité.

GREENKITCHEN™ 2.0 est une première étape vers un dispositif entièrement interconnecté qui utilisera les déperditions

En synthèse

- Appréhender les usages est centrale dans l'innovation durable
- Cette intégration se fait à l'aide de méthodes et outils

- Et aussi
  - Les usages sont à la base des approches par les Lead-Users, l'innovation collaborative, le co-développement
  - Une approche favorisant
    - l'innovation organique versus l'innovation par fusions/acquisitions
    - l'innovation dans les marchés développés: clients plus sophistiqués
    - particulièrement intéressante en situation d'incertitude: les clients savent moins exprimer leurs besoins

Pour aller plus loin

Ouvrages

- « L'innovation par les usages » (ouvrage collectif - à paraître en septembre 2012)
- « Oser la stratégie durable » avec C. Sempels (à paraître en septembre 2012 chez Pearson)

- E-mail: jonas.hoffmann@skema.edu